

证券代码：002762

证券简称：金发拉比

公告编号：2022-012 号

# 金发拉比妇婴童用品股份有限公司 2021 年年度报告摘要

## 一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

非标准审计意见提示

适用  不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用  不适用

是否以公积金转增股本

是  否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 354025000 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.50 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用  不适用

## 二、公司基本情况

### 1、公司简介

股票简称	金发拉比	股票代码	002762
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	薛平安	苏煜灿	
办公地址	广东省汕头市金平区鮑浦鮑济南路 107 号	广东省汕头市金平区鮑浦鮑济南路 107 号	
传真	0754-82526662	0754-82526662	
电话	0754-82516061	0754-82516061	

电子信箱	xuepa@stjinfa.com	suyc@stjinfa.com
------	-------------------	------------------

## 2、报告期主要业务或产品简介

### （一）公司的主营业务

公司成立于1996年，长期专注于母婴消费品行业，主要从事中高端母婴消费品的设计、研发、生产及销售，核心业务是对“拉比（LABI BABY）”、“下一代（I LOVE BABY）”及“贝比拉比（BABY LABI）”三大自有品牌的运营管理。报告期内，公司通过投资韩妃医美，向医美等能够满足母婴消费者消费升级需求的健康美丽服务拓展，进行产品与服务相互促进的新探索。韩妃医美为公司参股企业，未达到控股或报表合并标准，因此，目前公司主营业务未发生重大变化。



公司基于“产品+服务+互联网”战略，确立了“母婴产品+医疗、医美服务”的发展方向。公司在母婴消费服务端的业务布局逐步清晰，业务框架基本明确，未来，公司将借此打破发展瓶颈，提升在母婴领域全方位的综合竞争力。



(上图为：妇产医院综合大楼)



(上图为：广东韩妃医美整形医院)

## (二) 公司主要产品

公司始终专注于母婴行业，旗下产品主要为以棉制用品为主的母婴消费品，已基本实现了对婴幼儿“穿”、“用”类全产品线覆盖。



公司主营的婴幼儿棉制用品和日用品基于婴幼儿的抵抗力较弱及生长快速的特性，其质量要求高，但使用周期短，消费频次密，大多具有高质量快速消费品特征。孕产妇用品主要是用于育龄妈妈的产前护理、产后修复的穿、用类产品等。



### （三）公司的经营模式

公司的业务涵盖了品牌运营、产品研发设计、生产制造、加盟、直营、线上销售、售后服务等产业链全环节。

公司旗下的产品已形成对0-3岁婴幼儿穿、用类领域的全产品线覆盖,部分产品延伸到4-8岁。公司主要利润来源于“拉比(LABI BABY)”、“下一代(I LOVE BABY)”及“贝比拉比(BABY LABI)”三大自主品牌产品的销售。公司紧紧围绕“产品+服务+互联网”总体战略,逐步加大在医疗、医美等服务端业务的投入,布局“母婴产品+医疗、医美服务”领域,打造“产品+服务”双轮驱动协同发展模式,提升公司在母婴行业的综合竞争力。公司的具体经营模式如下:

#### 1、品牌经营模式

公司拥有“拉比(LABI BABY)”、“下一代(I LOVE BABY)”及“贝比拉比(BABY LABI)”三大自主品牌,并从事上述品牌产品的研发、设计、采购生产、销售以及售后服务为一体的品牌运营管理,以优质的产品和服务满足中高端消费者的需求。

拉比(LABI BABY)品牌以提供“自然、安全、舒适、方便、适合体质”的产品为品牌理念,服务于中高端母婴用品消费群体,产品覆盖婴幼儿“穿”、“用”类全产品线,销售网络遍布全国,主要集中在二三四线城市,并向五六线城市拓展。



#### 拉比品牌介绍

拉比(LABI BABY)品牌创立于2001年,  
是母婴A股上市企业,  
金发拉比妇婴童用品股份有限公司  
(股票代码:002762)旗下的知名自主品牌。  
拉比主张崇尚大自然。  
采用纯天然面料  
以卡其、灰绿等环保色调为主色系;  
致力于追求  
安全、环保、优质的匠心品质;  
专注为0-5岁宝宝提供精品服饰及用品  
打造一个自然亲肤的生活方式!

下一代(I LOVE BABY)品牌以提供“童趣、时尚、安全、方便、适合体质”的产品为品牌理念,主要定位中端母婴消费群体,主打产品线为“穿”、“用”类母婴棉制用品。销售网络主要分布在二三四线城市,并向五六线城市延伸。

## 下一代品牌介绍

下一代 (xiavidai) 品牌创立于1997年，  
是母婴A股上市企业，  
金发拉比婴童用品股份有限公司  
(股票代码：002762) 旗下的知名自主品牌。  
下一代以时尚国潮为设计风格，  
将中国元素萌趣化，回归中国文化母体，  
传递中国国潮时尚文化，  
满足Z时代年轻妈妈对婴幼儿产品的  
新潮设计的需求，  
展现国民本土设计，打造新一代国民品牌。



贝比拉比 (BABY LABI) 品牌以提供“安全、健康、适合体质” 的母婴洗护、护理产品为品牌理念，锁定中高端母婴消费群体，产品覆盖洗涤、洗护和皮肤护理等功能性产品。销售网点主要布局在二三四线城市，并向五六线城市延伸拓展。



## 贝比拉比品牌介绍

贝比拉比创立于2006年，  
是母婴A股上市企业，  
金发拉比婴童用品股份有限公司  
(股票代码：002762) 旗下的知名自主洗护品牌。  
贝比拉比专注于研究为0-12岁儿童  
皮肤护理的天然护肤品品牌：  
贝比拉比秉承天然、环保、安全、科学的研发理念。  
甄选全球知名天然植物萃取原料供应商，  
结合汕头大学生物医学院先进材料应用研究中心对原料的  
专业研发，运用先进技术及生产设备确保产品安全有效。  
以植物精华，呵护宝宝娇嫩肌肤。

## 2、研发模式

公司通过消费者反馈、对数据进行搜集分析，分析市场变化和技术迭代的趋势，组织研发人员进行产品和技术研发及储备。公司还与汕头大学等相关科研机构共建洗护产品实验室、研发设计中心，依托公司内部研发能力及高校的研发资源，立足于母婴消费品市场需求进行产品设计、技术研发与技术应用的产业化。与汕头大学就“妇婴童洗护用品研发”项目开展合作，对新工艺、新设备等技术难题进行研究攻关。



### 3、采购模式

公司采购包括原材料和成品两方面，通过与销售部门年度预算的沟通，根据销售订单预测、出货时间节点等，对生产订单及库存进行分析，合理安排采购数量和下单时间点，确保最佳采购数量和减少资金占用时间。公司不断更新优化完善供应商信息库，采购发生时公司要求供应商寄样，采购部门和质量部门对样品进行比对论证和指标检验，从源头上加强对产品品质的控制。

### 4、生产模式

公司主要采取自有工厂生产、外协生产和外购生产相结合的生产模式。

(1) 自有工厂生产——公司内部生产主要采用按库存量与按订单相结合的生产模式。生产中心根据库存规模和订单需求安排生产。

(2) 外协生产——公司将部分生产加工订单外包给符合公司统一技术标准和生产规范的生产厂商，并由公司提供生产所需的原辅材料，委外加工厂商完成订单后交付公司。

(3) 外购生产——公司负责产品研发设计，并将设计完成的原版样品、技术资料以及部分品牌商标物料提供给外包生产商进行生产，并进行过程跟进和质量监控，入库前只有符合国家和企业双重标准、抽检、复检合格的产品才可验收入库。

### 5、销售模式

拉比（LABI BABY）、下一代（I LOVE BABY）品牌主要采用线下+线上的销售模式。线下门店包括商场专柜店、购物中心店和品牌专卖店等，线上销售渠道包括主流电商平台、微商城等。公司搭建中后台系统链接线上线下，通过直播带货、社群营销等赋能线下实体门店，并通过微商城的建设，使下单支付场景多样化，让线上线下相互引流，为线下门店注入新的活力。贝比拉比（BABY LABI）品牌主要采用搭建经销网络的销售模式。公司已形成了“线下门店零售网络、主流电商平台店铺、微商城、洗护产品批发”等全渠道销售网络。



(1) 加盟模式——由公司授权加盟代理商开设品牌专营店，相关人财物由加盟商支配，并按公司统一管理经营模式经营，公司在将货品交付加盟代理商时确认销售收入。

#### (2) 直营模式

线下直营店——由公司直接设立品牌旗舰店或品牌专卖店进行零售，在产品交付于顾客及收到货款时确认收入或在与商场协定时间内结算时确认收入。

电商——由公司在电商平台开设店铺，通过直播等工具增加流量，公司按期与电商平台结算销售货款。

微商城——公司在微信生态体系下开设微商城，并通过直营和加盟两个体系进行推广，直营微商城取得的销售额由公司直接收取货款确认收入，加盟微商城由加盟商进行引流和推广，公司按期与加盟商结算货款。

跨界融合——公司在投资韩妃医美之后，双方逐渐实现医美客户与母婴会员客户的资源共享，通过相互引流、协同发展，形成共生共赢的跨界融合销售模式，随着业务合作的深入、品牌影响力的协同，跨界融合模式将产生“1+1>2”的效果。

#### (3) 批发模式

批发模式——产品交付区域代理商时，按协议约定，公司已经收款或取得索取收款凭据

时确认销售收入。

### 3、主要会计数据和财务指标

#### (1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是  否

单位：元

	2021 年末	2020 年末	本年末比上年末增减	2019 年末
总资产	1,069,705,217.53	1,102,746,528.91	-3.00%	1,074,779,796.11
归属于上市公司股东的净资产	981,298,263.06	988,533,210.95	-0.73%	994,874,941.70
	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入	299,319,917.27	313,130,137.94	-4.41%	438,279,492.58
归属于上市公司股东的净利润	14,006,552.11	32,601,019.25	-57.04%	46,603,539.99
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	12,167,029.37	23,226,615.33	-47.62%	38,950,451.71
经营活动产生的现金流量净额	38,293,599.56	84,033,626.22	-54.43%	101,260,432.26
基本每股收益（元/股）	0.04	0.09	-55.56%	0.13
稀释每股收益（元/股）	0.04	0.09	-55.56%	0.13
加权平均净资产收益率	1.42%	3.30%	-1.88%	4.73%

#### (2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	62,824,319.47	66,514,429.26	78,927,540.18	91,053,628.36
归属于上市公司股东的净利润	6,839,369.15	9,836,483.73	-10,072,006.76	7,402,705.99
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	4,715,581.10	10,012,669.33	-11,079,489.44	8,518,268.38
经营活动产生的现金流量净额	3,800,228.08	-20,251,243.10	335,504.46	54,409,110.12

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是  否

#### 4、股本及股东情况

##### (1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	55,137	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	55,200	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
林浩亮		30.29%	107,248,750	80,436,562	质押	26,812,188	
林若文		26.82%	94,947,298	76,115,156			
陈迅		0.61%	2,154,970	0			
孙豫		0.47%	1,679,425	1,678,819			
贝旭		0.27%	950,800	0			
孟凡武		0.19%	664,500	0			
UBS AG		0.16%	569,576	0			
金淑华		0.14%	501,000	0			
柏超		0.14%	496,900	0			
段国全		0.13%	470,100	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述前 10 名股东中，林浩亮先生、林若文女士为直接持股 5% 以上普通股股东，两人为夫妻关系。除上述情况外，公司未知其他前十名股东之间是否存在关联关系，也未知其是否属于一致行动人。						
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	前 10 名普通股股东中无参与融资融券业务情况。						

##### (2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

## (3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



## 5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用  不适用

## 三、重要事项

- 1、公司投资设立了广东坤润健康科技发展有限公司，报告期内坤润健康完成了工商注册登记，详见披露的《关于投资设立孙公司完成工商注册登记的公告》（2021-008号）。
- 2、公司购买了广东韩妃医院投资有限公司36%股权，详见披露的《关于投资广东韩妃医院投资有限公司的公告》（2021-011号）。
- 3、公司全资子公司广东金发拉比投资有限公司将其名下持有的蜜儿乐儿乳业（上海）有限公司20%股权向蜜儿乐儿管理层股东上海文渤企业管理中心进行转让，详见披露的《关于全资子公司转让其持有的蜜儿乐儿乳业（上海）有限公司股权的进展公告》（2021-071号）。

金发拉比妇婴童用品股份有限公司董事会

2022年4月14日